

Indice

Prefazione	9
Premessa	11
1 Mi tengo il mio Dash!	15
1.1 Con noi, da sempre	15
1.2 Mito, culto, cult	17
1.3 Brand of the people	24
1.4 Innamorati cronici	30
<i>Effetto Lovemark: marche in cerca d'amore</i>	31
1.5 L'elisir di lunga vita	31
2 Gli anni Sessanta	35
2.1 Il sogno americano: P&G in Italia	35
2.2 Il consumo come integrazione sociale	38
<i>Procter & Gamble</i>	43
2.3 Dovrà essere il migliore	45
2.4 La lavatrice: un fenomeno sociale totale	49
2.5 Dass, Dask, Dax... Dash!	52
2.6 L'impatto del logo	54
2.7 Tra città e campagna, tra corredo e minigonna	56
2.8 Il rito del bucato: liscivia, candeggio, Perboratex	57
2.9 Quando Mike le bendava	63
<i>Fotoromanzo</i>	70
2.10 Le esperte di bianco: non solo casalinghe	74
2.11 La consumatrice scende in piazza	76
3 Gli anni Settanta	81
3.1 La fedeltà nell'incertezza	81
3.2 I consumi oltre la prima necessità, verso il piacere	82
3.3 La donna al centro	84
3.4 La scienza del bucato	86
3.5 La marca in persona	89
3.6 Arriva Capitan Dash!	91
3.7 Paolo Ferrari e lo scambio impossibile	97
3.8 La conversione della scettica	106
3.9 Pronto, signora?	107
3.10 Muore Carosello, nasce la TV a colori	112

4	Gli anni Ottanta	115
4.1	Frammentazione sociale e conquista della leadership	115
4.2	Eventi straordinari diventano familiari	117
4.3	Consumare per apparire	120
4.4	Progresso bianco: performance e polisensualismo	122
4.5	Il formato valigetta e la razionalizzazione degli spazi	129
4.6	Testimonial cannibale?	133
4.7	<i>Traditional mama</i> o donna in carriera?	135
4.8	Nuovo look, nuovi stili: Dash si fa liquido	139
4.9	Il regalo tentatore	141
4.10	Neotelevisione e telepromozioni	149
4.11	Il marketing sociale: Missione Bontà	153
	<i>Missione Bontà</i>	157
5	Gli anni Novanta	161
5.1	La discontinuità	161
5.2	Un consumo cauto e riflessivo	164
5.3	Marca e non marca	167
5.4	La femminilizzazione della società e il girl power	169
5.5	Tra ecologia e risparmio: compatti ed ecoricariche	173
5.6	Le italiane e le resistenze all'innovazione	176
5.7	Dash Color: più colore non si può	180
5.8	Microbollicine, nuove fragranze e igiene	183
5.9	Fabio Fazio: solito format, nuova ironia	184
5.10	La comunicazione globalizzata	187
5.11	Il caso dell'infomercial bandito	188
5.12	Gli italiani e Dash: impegno civico e lealtà istituzionale	191
6	Il Duemila e oltre	197
6.1	L'incertezza del nuovo millennio	197
6.2	Una società in rete	200
6.3	Nicchie di mercato e consumi immateriali	201
6.4	Il primato dell'individuo	206
6.5	La donna, la famiglia, il bucato: qualcosa è cambiato	208
6.6	Il giro d'Italia in 80 bucati	213
6.7	Tablets e Marsiglia: tra innovazione e tradizione	216
6.8	Luciana Littizzetto e la nuova casalinga	217
6.9	L'era del consumo intelligente	219
6.10	Operazione Salvaenergia	222
6.11	La grande sfida: Lana e Delicati	224

6.12 La solidarietà in Italia: Ospedale Amico	226
6.13 Mini movie commercial: il ritorno al passato	239
Postfazione	245
Bibliografia	251